

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS PREMIUM DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

KARYAWAN GUNARSO

Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura

Dosen Pembimbing I

Dr. Barkah, SE, MSi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura

Dosen Pembimbing II

Wenny Pebrianti, SE, MSc

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas produk, harga dan kesadaran merek terhadap minat beli dan pengaruh minat beli, kualitas produk, harga dan kesadaran merek terhadap keputusan beli. Penelitian asosiatif dengan metode survei dilakukan untuk mengetahui hubungan dari setiap variabel. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif dan jalur (path analysis). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli beras premium di Kota Bogor. Digunakan 96 orang sebagai responden. Kualitas produk, harga, kesadaran merek ditetapkan sebagai variable bebas, dan keputusan pembelian sebagai variable terikat serta minat beli sebagai variabel intervening. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli dan membeli keputusan. Harga dan kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan keputusan pembelian. Minat beli memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : Beras premium, Minat beli, Keputusan pembelian